

Avaliação de propagandas de alimentos com alegação funcional disponibilizadas em sites brasileiros

Evaluation of food advertisements with functional allegations available on brazilian sites

Francisco Lopes da Silva Filho, Tainara Melo Lira, Lara Polyana Silva Ramos, Nicolle Luz Martins Rocha, Joslanne dos Santos Soares, Mateus Floro da Silva Costa, Alessandra Braga Ribeiro.

RESUMO

Alimentos com alegação funcional ou de saúde fazem parte de uma nova concepção de alimentos, atraindo a atenção de consumidores assim como do comércio eletrônico brasileiro. Como estratégia de marketing, alguns sites de venda reproduzem falsas alegações, distanciando-se das alegações estabelecidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Este trabalho teve como objetivo avaliar anúncios de alimentos funcionais divulgados em sites de vendas brasileiros e sua conformidade com as legislações brasileiras referentes à rotulagem e alegações estabelecidas pela ANVISA. Coletaram-se dados de 117 propagandas de produtos comercializados em 64 sites de vendas online brasileiros no período março a junho de 2017. 24% das propagandas mostraram-se consonantes com as alegações estabelecidas pela ANVISA, enquanto 76% apresentaram um ou mais tipos de inconformidade. 80% não apresentaram advertências exigidas para requisitos específicos e 49,7% não dispunha de tabela nutricional. Tal perfil de anúncios demonstra uma necessidade de monitoramento efetivo dos veículos de comercialização.

Descritores: Alimentos funcionais, ANVISA, propaganda, comércio eletrônico.

ABSTRACT

Functional food is a recently overexploited term used to increase the attention of consumers, mainly from e-commerce users. Some websites can use this term to sale products that not fill required characters required for National Agency of Sannitary Vigillance of Brazil (ANVISA). This research aimed to evaluate advertisements from websites and the compliance with brazilian legislation according required terms by ANVISA. Data from 117 advertisements of 64 websites were evaluated in the period of march to june of 2017. Only 24% had all requirements established by ANVISA, 76% presented one or more non- conformities, in 80,4% there were not any obligatory warnings about especific characters and 49,7% did not have nutritional table. Because low rates of compliance of these websites with national legislation, monitoring these websites is a way to assure safety for consumers.

Descriptors: Functional foods, ANVISA, advertising, sites.

Como citar este artigo:

Silva Filho FL, Lira TM, Ramos LPS, Rocha NLM, Soares JS, Costa MFS, Ribeiro AB. Avaliação de propagandas de alimentos com alegação funcional disponibilizadas em sites brasileiros. Revista Saúde (Sta. Maria). 2018; 44(2), 1-14.

Autor correspondente:

Nome: Alessandra Braga Ribeiro
Email: alessandra.bragaribeiro@gmail.com

Telefone: (86) 9 9966-5222

Formação Profissional: Formada em Farmácia industrial 2003, pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, PR, Brasil.
Filiação Institucional: Docente do Curso de Farmácia e da Pós-Graduação em Ciência de Materiais da Universidade Federal do Piauí

Link para o Lattes : <http://lattes.cnpq.br/9181840518743566>

Endereço para correspondência: Coordenação de Farmácia - CCS, Bairro Ininga, Teresina, PI, CEP - 64049-550, Brasil.

Data de Submissão:

29/03/2018

Data de aceite:

21/07/2018

Conflito de Interesse: Não há conflito de interesse



INTRODUÇÃO

“Os alimentos funcionais fazem parte de uma nova concepção de alimentos, lançada pelo Japão na década de 80, através de um programa de governo que tinha como objetivo desenvolver alimentos saudáveis para uma população que envelhecia e apresentava uma grande expectativa de vida”.^[1] No Brasil não existe o termo “alimento funcional”, no entanto, a portaria nº 398, de 30 de abril de 1999, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde do Brasil, fornece a definição de alegação de propriedade funcional como “aquela relativa ao papel metabólico ou fisiológico que o nutriente ou não nutriente tem no crescimento, desenvolvimento, manutenção e outras funções normais do organismo humano”.^[2]

Estudos mostram que o consumo de alimentos com alegação funcional pode contribuir para o melhor desempenho do organismo do indivíduo, dessa forma, ampliam cada vez mais a busca por essa classe de alimentos, além de atrair a atenção da indústria de alimentos. No Brasil, o mercado de alimentos funcionais representa cerca de 15% do mercado de alimentos, com crescimento anual de aproximadamente 20%.^[3] Em termo de vendas, a América Latina, representa 17% do mercado mundial de alimentos e bebidas funcionais (cerca de US\$ 45 bilhões), deste total o Brasil é responsável pela movimentação de US\$ 14,6 bilhões. O excelente desempenho brasileiro ainda garante ao país uma colocação entre os 10 mercados que mais crescem no mundo.^[4]

Tal tema toma relevância frente ao aumento da média de vida da população brasileira e do interesse desta por uma melhor qualidade de vida, o que tem sido explorado pela mídia, a qual deve esclarecer e contribuir para o entendimento sobre a relação entre a ingestão de uma alimentação adequada e equilibrada e sua saúde.^[5]

Em contrapartida, a população muitas vezes vem sendo fascinada pela mídia para o consumo de determinados alimentos, os quais não agregam efetivamente valor adicional para melhoria da saúde do indivíduo, levando alguns críticos a afirmarem que isso se trata mais de uma nova estratégia de marketing do que de uma verdadeira revolução nutricional.^[6]

Dados publicados em 2010 por uma pesquisa nacional realizada pelo FIESP/IBOPE quanto ao nível de conhecimento dos consumidores em relação aos “alimentos funcionais”, mostram que apenas 8% dos entrevistados conhece bem o termo em questão. Ainda de acordo com essa pesquisa sobre o perfil do consumo de alimentos no Brasil, no que diz respeito o grau informação sobre a importância desses produtos, a internet ocupa o terceiro veículo onde o consumidor busca essas informações, ficando atrás apenas de médicos e nutricionistas, na segunda colocação, e da televisão que ocupa o primeiro lugar.^[7]

O relatório divulgado pela empresa We Are Social aponta que dos 204 milhões de habitantes do país, 54% são usuários ativos de internet e 36% da população comprou pelo menos um item via computador em 2015.^[8] Pode-se, portanto, verificar o alto número de informações recebidas passivamente pelo consumidor em relação ao que é veiculado pelos sites de vendas como de drogarias e de suplementos.

Com a concepção do alimento como promotor de saúde e pela divulgação equivocada da utilização na prevenção e tratamento de doenças, sua venda vem formando um mercado com nichos distintos, atraindo consumidores que, por exemplo, buscam produtos que auxiliam na redução de peso, trânsito gastrointestinal, desempenho físico e mental, prevenção do câncer, entre outras. Nesse contexto, pesquisas apontam para um grande investimento realizado pelas indústrias alimentícias no marketing e na propaganda, cujas estratégias são vistas como problemáticas, pois contêm mensagens ambíguas, bem como falsas alegações.^[9]

Pela legislação brasileira “as alegações de propriedade funcional e de saúde devem estar baseadas em ensaios clínicos conduzidos com metodologia adequada ou em estudos epidemiológicos” e “qualquer informação ao consumidor que seja utilizada em um instrumento de divulgação do alimento aprovado não poderá veicular alegações de propriedade funcional ou de saúde diferente daquelas aprovadas para constar em sua rotulagem”, conforme estabelece o Artigo 23 do Decreto-Lei n. 986/1969.^[10] Além disso, as normas previstas para o comércio eletrônico e a diretrizes existentes aplicam-se à venda de produtos alimentícios em sites da internet, exigindo detalhamento das informações nutricionais e de sua composição no rótulo do produto.^[11]

Nessa perspectiva, a transformação das pessoas em meros consumidores de alimentos à sujeitos que buscam longevidade saudável, justifica a necessidade de trazer à tona novas discussões sobre o tema.^[6] Com esse intuito, tomou-se como objetivo principal desse trabalho a avaliação de anúncios de alimentos com propriedades funcionais divulgados e comercializados em sites online brasileiros, considerando as informações veiculadas e sua conformidade com as

diretrizes estabelecidas pelas legislações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), além de promover uma reflexão sobre a disseminação e proporção de vendas online e os respectivos impactos sobre a saúde da população.

METODOLOGIA

O presente artigo consiste em uma pesquisa descritiva realizada no período de março a junho de 2017, obtendo-se dados de 117 propagandas de produtos comercializados em 64 sites de vendas online brasileiros. Inicialmente considerou-se o endereço físico disponibilizado no site para confirmar tratar-se de um veículo de origem nacional. Para a coleta de dados, utilizou-se da RDC nº 02, de 7 de janeiro de 2002, levando em consideração as sete classes de alimentos com alegação funcional dispostas, sendo elas: ácidos graxos ômega 3, carotenoides (especificar quais), fibras alimentares, fitosteróis, polióis, probióticos e proteína de soja.^[12] Os dados coletados correspondem à: alegação de funcionalidade, tabela nutricional e as advertências referentes a cada produto apresentadas pelo site. A etapa concomitante consistiu na análise comparativa dos dados encontrados com o estabelecido pela ANVISA como padrão, de modo que, as alegações foram avaliadas se estavam de acordo ou não com as propriedades de alimentos funcionais e os requisitos específicos. Foram descartadas as propagandas veiculadas em sites que optaram por não apresentar alegações na descrição do produto. Referente ao rótulo dos produtos verificou-se a disponibilização da tabela nutricional e advertências. Os dados obtidos foram tabulados e dispostos em gráficos pela plataforma de base de dados do Microsoft Excel 2010.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A internet consiste em um veículo de grande notoriedade, o que culminou na modulação do comércio físico visando adquirir características compatíveis à veiculação de propagandas para as plataformas eletrônicas. A publicidade tem contribuído significativamente na mudança de hábitos do cotidiano de modo geral. Essas alterações também são observadas na prática alimentar da população ocasionando um maior número de propagandas com caráter atrativo para o consumidor. Além disso, a mídia é importante na difusão de conhecimento científico relacionado à saúde.^[13]

No presente estudo pode-se observar que o número de propagandas de produtos alimentícios com alegações funcionais em sites brasileiros representa uma parte significativa do comércio eletrônico de alimentos (Tabela 1).

Tabela 1. Propagandas analisadas correspondentes às 7 classes de alimentos com alegação funcional observadas em 64 sites de vendas nacionais (2017).

ALIMENTOS FUNCIONAIS	CLASSIFICAÇÃO	PROPAGANDAS
ÔMEGA 3	ÁCIDOS GRAXOS	13
LICOPENO LUTEÍNA LUTEÍNA/ZEAXANTINA	CAROTENOIDES	32
FIBRAS ALIMENTARES BETAGLUCANA FRUTO-OLIGOSSACARÍDEOS (FOS)		
GOMA GUAR PARCIALMENTE HIDROLISADA INULINA LACTULOSE POLIDEXTROSE PSÍLIO QUITOSANA	FIBRAS ALIMENTARES	48
FITOESTERÓIS	FITOESTERÓIS	4
MANITOL, XILITOL OU SORBITOL	POLIÓIS	6
PROBIÓTICOS	PROBIÓTICOS	12
PROTEÍNA DE SOJA	PROTEÍNA DE SOJA	2
TOTAL	7	117

Conforme verifica-se na Tabela 1, das sete classes observadas, o maior número de produtos encontrados disponíveis para vendas em sites foram de fibras alimentares (41%). A dextrina resistente, que compõe esta classe, foi o único produto não comercializado em sites de venda. Em segundo lugar no ranking de alimentos com alegação funcional comercializados em sites de venda aparecem os carotenoides, os quais totalizaram cerca de 27% de todas as propagandas analisadas.

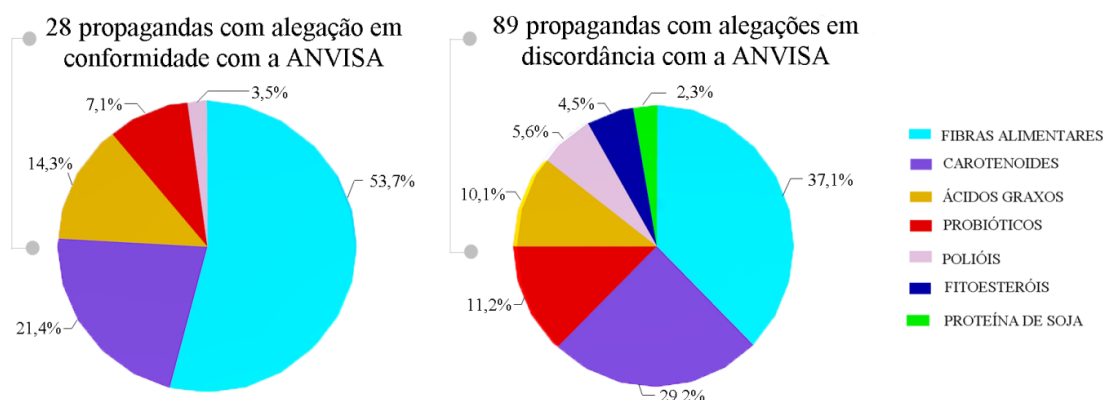
Alegações de propriedade funcional

Quanto à oferta de alimentos com alegação de propriedade funcional ao consumidor, implica-se no âmbito da propaganda de alimentos que os produtos comercializados devem obedecer obrigatoriamente aos critérios estabelecidos pela RDC nº 2, de 07 de janeiro de 2002. Essa legislação tem como objetivo principal “padronizar os procedimentos a serem adotados para a avaliação de segurança, registro e comercialização de Substâncias Bioativas e Probióticos Isolados com alegação de propriedades funcional e ou de saúde”.^[12]

De acordo com essa resolução, as propagandas de alimentos com alegação funcional devem abordar apenas aspectos relacionados aqueles determinados para a rotulagem dos produtos. Além disso, vale destacar que a alegação veiculada não pode ser diferente, em seu significado, daquela aprovada para o rótulo. Entretanto, verificou-se que do total de propagandas analisadas referentes às sete classes de alimentos funcionais (Tabela 1), o número de alegações que apresentam alguma não conformidade com o designado pela legislação equivale aproximadamente ao triplo de alegações que foram veiculadas corretamente pelos sites analisados (Figura 1). Portanto, apenas cerca de 24% das propagandas mostraram-se em consonância com as alegações, enquanto 76% apresentaram alguma inconformidade.

Das alegações avaliadas, houve um predomínio das que apresentavam caráter exacerbado, errôneo, indutor de cura e prevenção ou idealização de bem-estar, assim como, associação ao tratamento de enfermidades. No entanto, é preciso enfatizar que são permitidas apenas alegações funcionais relacionadas ao papel fisiológico no crescimento, no desenvolvimento e nas funções normais do organismo e, ou, ainda, alegações sobre a manutenção geral da saúde e a redução de risco de doenças, sendo expressamente proibidas alegações que façam qualquer referência à cura ou à prevenção de doenças.^[12]

Figura 1. Classificação das propagandas avaliadas de acordo com as alegações de funcionalidade da ANVISA e distribuição percentual em classes de alimentos, 2017.



Dentre os alimentos com alegação funcional avaliados, as fibras alimentares consistem na porção de plantas ou carboidratos análogos que são resistentes à digestão e absorção no intestino delgado de humanos, e incluem polissacarídeos, lignina, oligossacarídeos e substâncias associadas de plantas promovendo benefícios fisiológicos.^[14] Conforme verifica-se no Figura 1, as propagandas referentes as fibras alimentares correspondem à aproximadamente 37% das alegações disponibilizadas em desacordo com os critérios estabelecidos pela legislação pertinente. A betaglucana, um dos funcionais que compõem essa classe, apresentou alegações de cunho exacerbado, associando sua ingestão com o tratamento de vária de doenças, como:

“Beta-glucanos são usados para colesterol alto, diabete, câncer, e HIV/AIDS. Beta-glucanos também são usados para resfriados (resfriado comum), influenza (gripe), influenza H1N1 (suína), alergias, hepatite, doença de Lyme, asma, infecções do ouvido, envelhecimento, ulceração crônica do cólon e doença de Crohn, fibromialgia, artrite reumática, e esclerose múltipla” (SITE BRASILEIRO, 2017).

Ainda sobre este produto, muitos anúncios analisados declaravam essa fibra como indutora da redução de peso, para tratamento de colite, diabetes, hipertensão e úlceras. Mesmo que, indivíduos que apresentem elevado consumo de fibras pareçam apresentar menor risco para o desenvolvimento de hipertensão, obesidade, diabetes e câncer de cólon, a legislação não permite nenhuma dessas alegações nos rótulos dos produtos.^[15] No que se refere à regulamentação brasileira, o correto seria esses produtos conterem apenas a seguinte alegação: “A beta glucana (fibra alimentar) auxilia na redução da absorção de colesterol. Seu consumo deve estar associado a uma alimentação equilibrada e hábitos de vida saudáveis”. Dessa maneira é possível verificar que a legislação não está sendo obedecida, e que a população está sendo claramente ludibriada por propagandas enganosas.

Outra classe frequentemente comercializada de alimentos com alegação funcional é a dos probióticos, os quais se constituem de microrganismos vivos capazes de alcançar o trato gastrintestinal e alterar a composição da microbiota, produzindo efeitos benéficos à saúde quando consumidos em quantidades adequadas com efeitos diretos e exclusivamente relacionados ao tipo da cepa utilizada.^[16] Assim como as outras, os probióticos apresentam alegação específica determinada pelo órgão regulamentador: “O (indicar a espécie do microrganismo) (probiótico) contribui para o equilíbrio da flora intestinal. Seu consumo deve estar associado a uma alimentação equilibrada e hábitos de vida saudáveis”. Contrário a isso, encontraram-se alegações nos produtos comercializados nos sites de venda como:

“A suplementação com X* é hoje uma das principais ferramentas na prevenção e tratamento da disbiose e diarreia associada à antibioticoterapia, além de reduzir a intolerância à lactose; reforçar o sistema imunológico, atuar na prevenção do câncer, aliviar a sintomatologia de doenças intestinais, tais como doença de Crohn e retocolite e reduzir a incidência de candidíase vaginal e infecções urinárias de repetição.” X=Produto. (SITEBRASILEIRO, 2017)

A veiculação distorcida das alegações observadas pode induzir o consumo excessivo e irracional desses alimentos, pois as informações de vantagens nutricionais e benefícios à saúde são utilizadas como estratégia de marketing, influenciando na escolha dos produtos alimentícios por parte dos consumidores.^[17] Tais alegações abusivas não contemplam o direito assegurado pelo Art. 37, § 1º da Lei 8078/90 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor – o qual proíbe “qualquer publicidade enganosa e abusiva” e estabelece que a informação enganosa como aquela que pode induzir o consumidor ao erro, seja por omissão e/ou informações inteiras ou parcialmente falsas a respeito das características do produto.^[18] Dessa forma, é essencial que as propagandas apresentem um conteúdo verdadeiro e de forma clara para evitar equívocos ou enganos em relação às reais características dos alimentos funcionais.^[19]

Em adição às alegações dos alimentos funcionais definidos pela ANVISA, no rótulo dos produtos deve constar imprescindivelmente, a frase: “Seu consumo deve estar associado a uma alimentação equilibrada e hábitos de vida saudáveis”, conscientizando quanto ao uso de tais alimentos.^[12] Para que os alimentos funcionais sejam mais eficazes, é preciso que haja uma regularidade no seu uso e esteja associado também ao uso de alimentos mais naturais como a ingestão de frutas, verduras, legumes, cereais integrais, carne, leite de soja e alimentos ricos em ômega 3. Ainda conforme esse autor, deve ser ressaltada a importância de lembrar que os alimentos funcionais não curam doenças, apenas podem prevenir o aparecimento e, caso apareçam, ajudam a combatê-las de maneira mais eficaz, não devendo ser utilizados como remédios.^[5] A exemplo disso, dados divulgados pelo Ministério da Saúde revelam o aumento dos índices de obesidade no Brasil, indicando que uma em cada cinco pessoas no país está acima do peso, com prevalência da doença de 11,8%, em 2006, para 18,9%, em 2016.^[20] Em resposta a esses números, os dados convergem com a busca crescente por alternativas de emagrecimento, como programas de auxílio ao emagrecimento, além disso, como verificado nesse estudo, observa-se um marketing agressivo e apelativo à compra de alimentos funcionais, como se esses produtos, per se, pudessem ser a solução do agravo de problema de obesidade que assola a sociedade moderna.

A legislação permite na divulgação de alimentos apenas suas alegações como “redução da absorção de gordura”, porém, foi verificado para produtos comercializados contendo psyllium e quitosana, a divulgação de frases como: “emagrece naturalmente”, “oferece perda de peso” ou “inibe naturalmente a fome”, podendo induzir o consumidor a considerar estes como alternativas “rápidas” e efetivas para auxílio em doenças, como a obesidade.

Requisitos gerais e específicos para produtos com alegação funcional

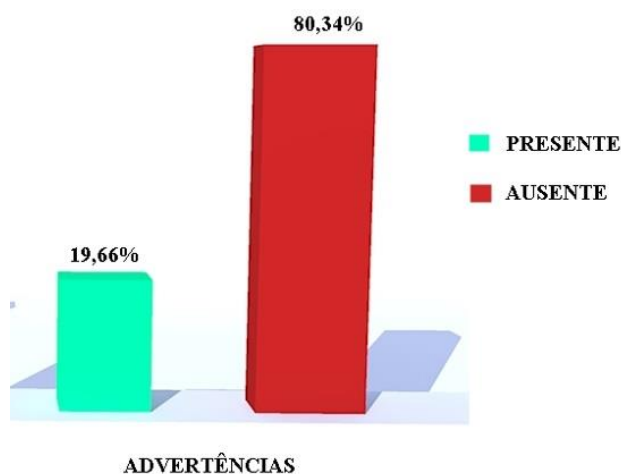
Sabe-se que os produtos alimentícios devidamente registrados para uso com alegações de propriedades funcionais apresentam uma série de restrições que devem acompanhar a alegação e estar em conformidade com os requisitos específicos de cada classe de alimento funcional estabelecida pela ANVISA.^[21] De acordo com a RDC nº 02, de 7 de janeiro de 2002, as advertências gerais “Consumir somente a quantidade indicada na embalagem” e “Gestantes, nutrízes e crianças somente devem consumir este produto sob orientação de nutricionista ou médico” assim como as advertências específicas, dependendo do produto, devem estar em destaque e em negrito.^[12] Contudo, verifica-se em análise da Figura 2 que, apenas cerca de 20% dos anúncios analisados apresentaram as advertências exigidas, de modo que a grande maioria das propagandas observadas ocultaram informações importantes para a saúde e bem estar do

consumidor.

As advertências são particularmente importantes no que diz respeito a indivíduos que têm restrições alimentares, visto ser um público que carece de maior atenção das autoridades em termos de fiscalização da produção e de controle. Grupos como gestantes, lactentes, crianças e pessoas alérgicas são grupos que exigem que restrições sejam repassadas de modo legível e integral visando evitar implicações e agravos diretos na saúde.^[22]

Diante disso, a rotulagem é o principal meio de comunicação pelo qual os fabricantes podem informar aos consumidores alérgicos sobre a presença de alergênicos.^[23] Como exemplo, a quitosana, deve apresentar a seguinte advertência específica junto à alegação: “Pessoas alérgicas a peixes e crustáceos devem evitar o consumo deste produto”.^[10] No entanto, das 5 propagandas observadas de produtos formulados com quitosana, 60% (n=3) não atendiam ao requisito referente à advertência da presença de substâncias alergênicas.

Figura 2. Disposição das advertências em anúncios dos alimentos com alegação funcional das propagandas avaliadas em relação às exigências da ANVISA, 2017.



De modo semelhante, os produtos disponibilizados referentes aos ácidos graxos poli-insaturados da família ômega 3, os quais podem ser encontrados naturalmente em diversas espécies marinhas ou produzidos a partir de microrganismos específicos, exigem advertências referentes à alergenicidade conforme a lista de alegações de propriedades funcionais atualizada pela ANVISA em 2016.^[10] Quanto às propagandas, aproximadamente 58% apresentaram inconformidade devido à ausência de advertências direcionadas a grávidas e nutrízes; ausência de advertências direcionadas a pessoas alérgicas ou ausência de ambas. ⇨

Outras classes de alimentos funcionais, como as fibras disponibilizadas em pós e cápsulas, também exigem que determinadas advertências acompanhem a alegação, como: “o consumo deste produto deve ser acompanhada da ingestão de líquidos”; aos produtos classificados como fitoesteróis acompanhante à alegação, devem constar: “não fornecem benefícios adicionais quando consumidos acima de 3 g/dia”.^[10] Em relação a essas duas classes, das 48 propagandas de fibras alimentares, como mostra a Tabela 1, 85% não apresentavam advertências como exige a legislação, resultados esses semelhantes aos encontrados nas propagandas de fitoesteróis em que a ausência de suas advertências correspondeu a 75% (n=3) de sua totalidade.

Rotulagem nutricional de alimentos com alegação funcional

A presença da rotulagem nutricional é um ponto importante a ser destacado em qualquer produto alimentício, devendo conter, essencialmente a declaração do valor energético e nutriente; a declaração de propriedades nutricionais que, diferente da lista de ingredientes, consiste de uma relação de nutrientes de um alimento, assim como, a informação nutricional complementar, referente aqueles produtos com propriedade nutricional particular. Dentre as propagandas analisadas, observou-se que 49,7% dos anúncios não disponibilizaram tabela nutricional, constituindo uma irregularidade,

pois, de acordo com a RDC n° 360 de 23 de dezembro 2003, sua presença é obrigatória na rotulagem de alimentos.^[24]

Segundo a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), a informação nutricional dos alimentos é um importante instrumento para o aperfeiçoamento do direito do consumidor à informação. Apesar do avanço normativo da rotulagem nutricional obrigatória, ainda é possível se deparar com informações vagas, as quais podem induzir à interpretação equivocada.^[25]

Monitoramento e fiscalização da propaganda de alimentos com alegação funcional

O monitoramento e a fiscalização da propaganda de produtos sujeitos à vigilância sanitária são ações essenciais para a prevenção de riscos e agravos à saúde da população. Para garantir esses preceitos, a ANVISA criou, em fevereiro de 2004, a Gerência de Monitoramento e Fiscalização de Propaganda, de Publicidade, de Promoção e de Informação de Produtos sujeitos à Vigilância Sanitária, transformada em março de 2009 em Gerência Geral (GGPRO). A Gerência regulamenta e fiscaliza as propagandas em busca de um equilíbrio cada vez maior nas informações presentes em peças publicitárias de medicamentos, alimentos e outros produtos sujeitos ao controle sanitário.

A legislação é rigorosa com os veículos de comunicação, que podem ser responsabilizados por divulgarem propaganda irregular. Para as empresas que descumprirem as regras, a legislação prevê desde multas, que podem chegar a dois milhões de reais, até a suspensão da propaganda.^[19] Conforme notas divulgadas nos últimos anos no endereço eletrônico da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) percebe-se que são constatadas regularmente suspensões de propagandas e publicidades com atribuições terapêuticas, de saúde ou funcionais não autorizadas aos alimentos funcionais comercializados em sites eletrônicos.

Adicionalmente, a população pode contribuir com Vigilância Sanitária na fiscalização de produtos irregulares. Em média, só no Distrito Federal, são atendidas quatro mil denúncias de produtos irregulares por ano, e cerca de 40% dessas se referem a alimentos. As denúncias de irregularidades são feitas por telefone, por meio do Disque 160 e a ideia é que, até 2018, sejam desenvolvidos um site e um aplicativo para celular para registrar em que as reclamações passarão a ser registradas.^[19]

CONCLUSÃO

Como demonstrado ao longo deste estudo, observa-se que a maioria dos sites veiculam anúncios irregulares e irresponsáveis, não atendendo às especificações e alegações impostas pela ANVISA, o que mostra a necessidade urgente de um programa de monitoramento efetivo das propagandas pelos órgãos de fiscalização, para que o consumidor possa ser protegido da ação de empresas sem ética e compromisso com a saúde da população brasileira. Adicionalmente, por meio de um melhor conhecimento das alegações referente a cada classe de alimentos funcionais o consumidor pode vir a contribuir contra essas irregularidades relatando de forma legal por meio de denúncias ao órgão competente. Diante do exposto, sugere-se que as próximas pesquisas sejam focadas em alimentos que não cumprem a obrigatoriedade de registro de acordo com sua classificação perante a legislação.

REFERÊNCIAS

1. ANJO, D. L. C. Alimentos funcionais em angiologia e cirurgia vascular. *Jornal Vascular Brasileiro*. v. 3, n. 2, p. 145-154, 2004.
2. BRASIL. Resolução ANVS/MS n.º 19, de 30 de abril de 1999. Regulamento Técnico para Procedimento de Registro de Alimento com Alegações de Propriedades Funcionais e ou de Saúde em Sua Rotulagem. Republicada no Diário Oficial da União, Brasília, 10 de dez. 1999.
3. COSTA, N.M.B.; ROSA, C. O. B.; (Org.) Alimentos Funcionais: Componentes bioativos e efeitos fisiológicos. Rio de Janeiro: Rubio, 2016.
4. SCHULKA, A. C.; COLLA, E. X. Alimentos funcionais e suas perspectivas no mercado brasileiro. *Revista Food Ingredients Brasil*. n° 30, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://revista-fi.com.br/upload_arquivos/201606/2016060561587001464893126.pdf> Acesso em 01/07/2017.
5. VIDAL, A.M., et al. A ingestão de alimentos funcionais e sua contribuição para a diminuição da incidência de doenças. *Cadernos de Graduação: Ciências Biológicas e da Saúde*, n.15, v.1, p. 43-52, Aracaju, 2012. Disponível

em:<<https://periodicos.set.edu.br/index.php/cadernobiologicas/article/view/284/112>>. Acesso em 01/07/2017.

6. CARVALHO, J.A. et al. O alimento como remédio: considerações sobre o uso dos alimentos funcionais. Revista Científica do ITPAC, v.6, n.4, Araguaína, 2013 Disponível em: <<http://www.itpac.br/arquivos/Revista/64/1.pdf>>. Acesso em 01/07/2017.

7. INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS –ITAL. Brasil Food Trends 2020. São Paulo: ITAL/ FIESP, 2010. 173 p.

8. GIACOMELE, S. Relatório/Resumo: A Internet no Brasil em 2015, 2015. Disponível em: <<http://blog.pmweb.com.br/a-internet-no-brasil-em-2015/>> Acesso em 01/07/2017.

9. WAI-LING, T. L. Y. Combating Deceptive Advertisements and Labeling on Food Products. International Journal of Consumer Studies, Oxford, v. 28, n. 2, p. 117-126, 2004.

10. BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Alimentos Com Alegações de Propriedades Funcionais e ou de Saúde, 2016. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Alimentos/Publicacao+Alimentos/Rotulagem+de+Alimentos+2>>. Acesso em: 24/06/2017.

11. SEBRAE NACIONAL. Comércio eletrônico de alimentos e bebidas no Brasil, 2015. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comercio-eletronico-de-alimentos-e-bebidas-no-brasil,d044c3e998f31510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 01/07/2017.

12. BRASIL. Resolução ANVS/MS n.º 2 de 7 de janeiro de 2002. Regulamento Técnico de Substâncias Bioativas e Probióticos Isolados com Alegação de Propriedades Funcionais e ou de Saúde. Republicada no Diário Oficial da União, Brasília, 23 de set. 2002.

13. SANTOS, FL. Os alimentos funcionais na mídia: quem paga a conta. In: PORTO, CM., BROTAS, AMP., and BORTOLIERO, ST., orgs. Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 199-210. ISBN 978-85-232-1181-3.

14. American Dietetic Association. Position of the American Dietetic Association : health implications of dietary fiber. J. Am. Diet. Assoc. v.102, p.993-1000, 2002.

15. BERNAUD, F. S.R; RODRIGUES, T. C. Fibra alimentar – Ingestão adequada e efeitos sobre a saúde do metabolismo. Arquivos Brasileiros de Endocrinologia & Metabologia. 57/6, 2013.

16. SOUZA, F. C.; COCCO, R. R.; SARNI, R. O. S.; MALLOZI, M. C.; SOLÉ, D.. Prebióticos, probióticos e simbióticos na prevenção e tratamento das doenças alérgicas. Revista Paulista de Pediatria, v.28, n.1, p.86-97, 2010.

17. HAWKES, Corinna. Rotulagem, informação nutricional e alegações de saúde: o cenário global das regulamentações. Brasília: Organização Pan-Americana de Saúde–Anvisa, 2006. Disponível em:<http://www.anvisa.gov.br/alimentos/informacao_nutricional_alegacoes_saude_cenario_global_regulamentacoes.pdf>. Acesso em: 24/06/2017.

18. BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 30/04/2017.

19. BRASIL. População pode contribuir com Vigilância Sanitária na fiscalização de produtos irregulares, 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/saude/2016/09/populacao-pode-contribuir-com-vigilancia-sanitaria-na-fiscalizacao-de-produtos-irregulares>>. Acesso em: 01/07/2017.

20. BRASIL. Obesidade cresce 60% em dez anos no Brasil, 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/saude/2017/04/obesidade-cresce-60-em-dez-anos-no-brasil>>. Acesso em: 01/07/2017.

21. COUTINHO, J. G.; RECINE, E. Experiências internacionais de regulamentação das alegações de saúde em rótulos de alimentos. Rev Panam Salud Publica/Pan Am J Public Health. 2007; 22 (6): 432–7.

22. FERNANDES, M. L.; MARINS, B. R. Rotulagem nutricional: ferramenta de informação para o consumidor. In: MARINS, Bianca Ramos; TANCREDI, Rinaldini C. P.; GEMAL, André Luís (Org.). Segurança alimentar no contexto da vigilância sanitária. Rio de Janeiro: EPSJV, 2014. p. 155-184.

23. FERNANDES, M. L.; MARINS, B. R. Rotulagem nutricional: ferramenta de informação para o consumidor. In: MARINS, Bianca Ramos; TANCREDI, Rinaldini C. P.; GEMAL, André Luís (Org.). Segurança alimentar no contexto da vigilância sanitária. Rio de Janeiro: EPSJV, 2014. p. 155-184.

24. BRASIL. Resolução RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003. Aprova o regulamento técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, 26 dez. 2003.

25. BRASIL. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise de Situação de Saúde. Plano de